rekrutuj z pasją

Prompty do Chata GBT

Stwórz chwytliwe nagłówki

Ebook z promptami do nagłówków

Ten mini-ebook to Twoja osobista biblioteka promptów do tworzenia nagłówków rekrutacyjnych, które naprawdę przyciągają uwagę.

Niezależnie od tego, czy tworzysz ogłoszenie do kampanii na LinkedIn, piszesz post do social mediów, czy chcesz przetestować różne warianty tytułów – znajdziesz tu gotowe formuły, które możesz wkleić do ChatGPT i od razu generować lepsze wersje niż „Szukamy Specjalisty ds. XYZ".

Co tu znajdziesz?

- Prompt do każdego rodzaju nagłówka – od subtelnych po z pazurem.
- Długie prompty do testów, analiz i personalizacji.
- Pomysły, jak dopasować nagłówek do persony, medium, a nawet nastroju odbiorcy.

Co tu znajdziesz?

1. Skopiuj wybrany prompt.
2. Uzupełnij nazwę stanowiska / firmę / branżę.
3. Wklej do ChatGPT i przetestuj kilka wersji.
4. Wybierz, dopracuj i… obserwuj, co się stanie z Twoim CTR

Ten materiał powstał z myślą o praktykach – osobach, które nie chcą tracić czasu na szukanie pomysłu od zera, tylko potrzebują szybkich, skutecznych punktów wyjścia.

Krótkie prompty do tworzenia nagłówków

1. Wygeneruj przyciągający uwagę nagłówek dla ogłoszenia o pracę na stanowisko [nazwa stanowiska].

2. Napisz 5 alternatywnych nagłówków dla stanowiska [nazwa stanowiska], uwzględniając język korzyści.

3. Stwórz dynamiczny i angażujący tytuł ogłoszenia dla [nazwa stanowiska], który zmieści się w 35 znakach.

4. Zoptymalizuj tytuł oferty pracy [nazwa stanowiska], aby poprawić widoczność w wyszukiwarce. - [Tytuł ogłoszenia]

5. Zaproponuj nagłówek, który przyciągnie kandydatów pasywnych na stanowisko [nazwa stanowiska].

6. Wygeneruj hasło startowe do posta o rekrutacji [nazwa stanowiska], które zatrzyma scrollowanie.

7. Przepisz poniższy nagłówek, aby był bardziej przekonujący i konkretny: "[wklej nagłówek]".

8. Stwórz 3 wersje nagłówków do ogłoszenia o pracy [nazwa stanowiska] – każdy w innym stylu (formalny, nieformalny, odważny).

9. Zaproponuj nazwę stanowiska dla [nazwa stanowiska], która będzie lepiej rezonować z pokoleniem Z.

Krótkie prompty do tworzenia nagłówków

10. Wymyśl 3 chwytliwe nagłówki, które w zwięzły sposób pokazują największą korzyść z tej pracy.

11. Dopasuj nagłówek ogłoszenia o pracę [nazwa stanowiska] do tonu komunikacji naszej firmy: [styl: np. empatyczny / ekspercki / partnerski].

12. Wymyśl krótki nagłówek w formie pytania, które zaintryguje kandydatów na stanowisko [nazwa stanowiska].

13. Stwórz 5 nagłówków ogłoszeń o pracę w formie „Nie oferujemy X, ale za to Y" – dla stanowiska [nazwa stanowiska].

14. Zaproponuj tytuł ogłoszenia z elementem storytellingu dla stanowiska [nazwa stanowiska].

15. Wygeneruj nagłówek, który zawiera największą wartość emocjonalną dla kandydata na [nazwa stanowiska].

Długie prompty do tworzenia nagłówków

1. Analiza i transformacja istniejącego ogłoszenia

Przejrzyj poniższy opis ogłoszenia na stanowisko [nazwa stanowiska] i zaproponuj 3 alternatywne nagłówki, które:
- są zwięzłe,
- podkreślają unikalną wartość oferty,
- są dostosowane do grupy docelowej [np. juniorów, pokolenia Z, seniorów z branży IT].

Następnie krótko uzasadnij każdą propozycję.
[Wklej ogłoszenie]

2. Rewriting ogłoszenia pod SEO i click-rate

Działaj jak specjalista employer brandingu. Przeanalizuj poniższy nagłówek ogłoszenia o pracy dla [nazwa stanowiska] i przepisz go tak, aby:
- zawierał odpowiednie słowa kluczowe,
- był zoptymalizowany pod SEO,
- zachęcał do kliknięcia w kampaniach płatnych.

Podaj co najmniej 3 wersje.
[Wklej nagłówek]

Długie prompty do tworzenia nagłówków

3. Dopasowanie nagłówka do persony

Na podstawie poniższego opisu persony (styl pracy, motywacje, obawy) stwórz 5 nagłówków ogłoszenia o pracę na stanowisko [nazwa stanowiska], które będą do niej dopasowane.
Persona:
• wiek: [wiek]
• doświadczenie: [lata doświadczenia / branża]
• motywacje: [np. rozwój, elastyczność, prestiż]
• bolączki: [np. stres, brak wpływu, nuda w pracy]

4. Storytellingowy hook rekrutacyjny

Wymyśl nagłówek otwierający storytellingową narrację do posta lub ogłoszenia o pracy. Inspiracją jest historia:
• osoba była wypalona zawodowo,
• zmieniła pracę na [nazwa stanowiska] w [branża],
• dziś pracuje w zespole, który daje jej sens i energię.
Stwórz 3 wersje otwierające ten post – każda z innym tonem: emocjonalnym, inspirującym, z dystansem.

Długie prompty do tworzenia nagłówków

5. Strategia testowania nagłówków A/B

Przygotuj 5 różnych wersji nagłówka ogłoszenia na stanowisko [nazwa stanowiska] do przetestowania w kampanii A/B.
Załóż 3 różne grupy docelowe (np. młodzi absolwenci, doświadczeni menedżerowie, osoby szukające work-life balance) i stwórz po jednej wersji dla każdej z nich + 2 ogólne.
Do każdej wersji dołącz krótkie wyjaśnienie, dlaczego może zadziałać.